

Education as a Driver for Change

Für Bildung begeistern! Workshops für neue MultiplikatorInnen

Das Projekt **in.education** entwickelt Strategien, die darauf abzielen, die Teilhabe an Bildungsmaßnahmen von sozial- und bildungsbenachteiligten Menschen, insbesondere Menschen mit geringen formalen Qualifikationen, zu erhöhen.

Wir richten uns mit dieser Kurzfassung an Personen und Organisationen, die daran interessiert sind, einen besseren Zugang zu schwer erreichbaren Zielgruppen zu bekommen.

Download Langversion: *Education as a Driver for Change: Enthusiasm for Education! Workshops for New Multipliers.*

www.isop.at/wp-content/uploads/2014/10/in.education-...-as-a-driver-for-change.pdf

In einem ersten Schritt erprobte **in.education** diesen verbesserten Zugang zu schwer erreichbaren Zielgruppen mit dem Finden und Sensibilisieren von **Neuen MultiplikatorInnen** zu erreichen.

Diese können an der Schnittstelle von Erwachsenenbildungseinrichtungen und bildungs- und sozial benachteiligten Menschen agieren. **Neue MultiplikatorInnen** kommen aus deren sozialen Umfeld. Das sind zum Beispiel Eltern, Kinder, andere Familienangehörige, Freunde/Bekannte, Mitglieder von Vereinen und Selbstorganisationen, BetriebsrätInnen, KollegInnen, Betreuungspersonen, SozialarbeiterInnen oder – anders gesagt - einfach Personen, die mit bildungsbenachteiligten Menschen in der einen oder anderen Weise in Kontakt stehen.

Diese potenziellen **Neuen MultiplikatorInnen** wurden in allen 3 Partnerländern des Projekts, Österreich, Irland und England, zunächst identifiziert. Anschließend wurden in jedem Partnerland **Workshops** geplant und durchgeführt, um die **Neuen MultiplikatorInnen** für folgende **Kernelemente** zu sensibilisieren:

1. Haltung gegenüber Bildung (persönliche Ebene, im sozialen Umfeld, Gender...)
2. Bildungsbarrieren (reale und empfundene) und wie sie überwunden werden können, zum Beispiel Diskriminierung, Stigmata, Gender...
3. Gründe von Bildungsbenachteiligung und (Warum sind Menschen bildungsbenachteiligt? Wie werden sie zu Bildungsbenachteiligten?)
4. Nutzen von Bildung (Neue MultiplikatorInnen brauchen gute Argumente, um den Bildungseinstieg zu bewerben)
5. Hinweise und Informationen auf konkrete Angebote für die Zielgruppe der bildungsbenachteiligten Menschen, die auf mögliche Barrieren Rücksicht nehmen.

Das Ziel der Workshops war es, die Neuen MultiplikatorInnen auf ihre Rolle als VermittlerInnen vorzubereiten. Sie sollten Kompetenzen erwerben, wie Bildungsbarrieren individuell zu erkennen sind und wie darauf eingegangen werden kann.

Was bei der Identifikation und der Akquise Neuer MultiplikatorInnen gut funktioniert

1. Um Menschen als Neue Multiplikatoren zu gewinnen, sollte klar sein, welche Aufgaben sie erfüllen sollen. Diese Aufgaben müssen Neuen MultiplikatorInnen von Anfang an klar kommuniziert werden.
2. Das Aktivieren von bereits bestehenden Kontakten ist hilfreich, insbesondere jener, zu denen ein vertrautes Verhältnis zu bildungsbenachteiligten Menschen besteht, um das *Gespräch über Bildung* leichter in Gang bringen zu können.
3. Bereits aktive MultiplikatorInnen ermuntern, Menschen, die „noch näher“ an bildungsbenachteiligten Menschen „dran“ sind, anzureden und als Neue MultiplikatorInnen zu gewinnen.
4. Neuen MultiplikatorInnen sollte ausreichend Zeit gegeben werden, um mit dem Begriff, den Formen und den Auswirkungen von Bildungsbenachteiligung vertraut zu werden.
5. E-Mails ebenfalls in Verbindung mit persönlichen Kontakten und einer persönlichen Kontaktaufnahme sind ebenso effektiv.
6. E-Mail als Outreach-Kanal funktioniert, wenn kein über die Maßen großes Engagement von den AdressatInnen gefordert wird, die EmpfängerInnen schon in Kontakt mit der Organisation waren und sie das Mail inhaltlich anspricht.

Wie Workshops für neue MultiplikatorInnen erfolgreich organisiert werden können

In der Projektpraxis hatten die Workshops unterschiedliche Formate. Am besten bewährt hat sich folgendes Modell:

- 2 mal 3 Stunden mit einer Woche Pause zwischen den beiden Terminen. Diese sollten die Neuen MultiplikatorInnen nutzen, um Gespräche mit bildungsbenachteiligten Menschen aus ihrem sozialen Kontext zu führen und somit mehr Klarheit in Bezug auf Bildungsbenachteiligung zu erhalten.

Lessons learned – Good Practice

Dadurch ergaben sich folgende positive Aspekte:

- Die TeilnehmerInnen reflektierten über das Gelernte.
- Sie konnten das theoretisch erworbene Wissen in die Praxis umsetzen.
- Sie konnten danach im zweiten Teil des Workshops über ihre Herausforderungen berichten und diskutieren.
- Sie konnten ausgehend davon gemeinsam Lösungen andenken und Handlungsstrategien überlegen.

Empfehlungen

1. Bei der Arbeit mit Neuen Multiplikatoren, die nicht viel über das Thema wissen, ist die Bereitstellung von Informationen oder Inhalten in Verbindung mit Diskussionen essentiell, um Schritt für Schritt ein gemeinsames Bild von Bildung, ungleichem Zugang und Bildungsbarrieren zu entwickeln.
2. Der Veranstalter ist der/die ExpertIn und sollte daher versuchen, sich an die geplante Agenda zu halten, um den Informationstransfer zu gewährleisten. Dies ist deshalb wichtig, weil unterschiedlichste Themen von den Neuen MultiplikatorInnen eingebracht werden. Manche von ihnen sind selbst auch bildungsbenachteiligt und haben eigene Bildungsbedürfnisse.
3. Für Menschen, denen es schwerfällt, sich Bildungsbenachteiligung vorzustellen, weil sie zum Thema nicht sensibilisiert sind, könnte es hilfreich sein, über eigene Erfahrungen oder die Erfahrungen anderer Menschen in ihrer Umwelt einen Zugang zu finden.
4. Um Neue MultiplikatorInnen zu motivieren ist es wichtig, dass ihre langfristige Rolle von Anfang an klar definiert ist und dass sie den Nutzen ihrer Aufgabe für sich und für bildungs- und sozialbenachteiligte Menschen sehen können.
5. Vertrautheit und Konkretes in den Workshops macht das Thema realistischer.
6. Die Workshops erzielen bessere Ergebnisse, wenn die TeilnehmerInnen gemeinsame Hintergründe haben - z.B. Menschen aus ähnlichen Organisationen, Menschen ähnlichen Alters, Menschen in ähnlicher Funktion etc.
7. Praktische Überlegungen sollten bei der Planung eine Rolle spielen - Kosten, kurze Reisezeiten, lange Wartezeiten vermeiden, Gruppengrößen, die freie Diskussionen ermöglichen - um die Motivation der Teilnehmenden hochzuhalten und eine rege Teilnahme sicherzustellen.
8. Follow-up Aktivitäten:
 - Ein 6 Stunden Workshop kann nur ein erster Schritt bei der Ausbildung von Neuen MultiplikatorInnen sein. Folgemaßnahmen sind essentiell wichtig, um eine dauerhafte Beziehung zwischen den MultiplikatorInnen und der Erwachsenenbildung zu etablieren.
 - Regelmäßige Treffen von MultiplikatorInnen mit unterschiedlichem Background erhöhen durch Erfahrungsaustausch Motivation und Wissen.
 - Konkrete Bildungsangebote zu kennen ermöglicht eine höhere Identifikation mit der Tätigkeit, weil die Arbeit dadurch sichtbar erfolgreich wird, wenn Bildungsteilnahmen erreicht werden, die ohne das Engagement der Neuen MultiplikatorInnen nicht erfolgt wären.